



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2019

Kulturelle Ökonomien von Selbsttests. Eine Erkundung diesseits und jenseits des «Unternehmerischen Selbst»

Wolff, Eberhard

DOI: <https://doi.org/10.17192/es2019.0032>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-184686>

Book Section

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Wolff, Eberhard (2019). Kulturelle Ökonomien von Selbsttests. Eine Erkundung diesseits und jenseits des «Unternehmerischen Selbst». In: Braun, Karl; Dieterich, Claus-Marco; Schönholz, Christian. Wirtschaften : Kulturwissenschaftliche Perspektiven. Marburg: MakuFEE, 469-478.

DOI: <https://doi.org/10.17192/es2019.0032>

Eberhard Wolff

Kulturelle Ökonomien von Selbsttests

Eine Erkundung diesseits und jenseits des „Unternehmerischen Selbst“¹

Für Bernd-Jürgen Warnken (Tübingen/Berlin), der mir bereits während des Studiums den Tipp gegeben hat, einfach einmal das komplette Gegenteil der gängigen Interpretationsweise eines Phänomens gedanklich durchzuspielen, um ein tieferes Verständnis für dieses Phänomen zu entwickeln.

Im Januar 2017 erhielt ich wieder einmal eine Werbe-E-Mail von der Selbsttest-Website „mein-wahres-ich.de“². Der diesmal beworbene Test lautete nicht, wie bei der vorangegangenen E-Mail „Welche Rolle hast Du in Deiner Familie?“ und auch nicht, wie bei der nachfolgenden E-Mail „Welche Märchenfigur bist Du?“. Er lautete: „Wie hoch ist Dein persönlicher Marktwert?“, und er war kurz zuvor online gestellt worden.³

Dies war für mich eine Steilvorlage für das Kongress-Panel „Die Ökonomisierung des Selbst“, innerhalb dessen dieser Text erscheint: Ist das *Unternehmerische Selbst*, also die Durchdringung unseres Alltagsverhaltens mit *unternehmerischem Denken* und die Orientierung unseres Alltagsverhaltens an ökonomischen Leistungsstandards schon so weit fortgeschritten, dass es sich bereits hier, in einer eher harmlosen, spielerischen, freizeitbezogenen Ecke der digitalen Alltagswelt breit macht und diese dominiert? Werden Menschen jetzt sogar hier gedrängt oder gezwungen, sich nach ihrem ökonomischen Marktwert einzuschätzen, miteinander zu vergleichen oder sich konkurrenzartig aufeinander zu hetzen? Ganz in dem Sinne, in dem Ulrich Bröckling dies in seiner durchschlagend erfolgreichen Habilitationsschrift von 2007 mit dem Titel „Das Unternehmerische Selbst. Zur Soziologie einer Subjektivierungsform“ mit seiner Theorie von der zunehmenden Unterwerfung unseres Alltags unter die Logik des (neoliberalen) Marktes postuliert hat (Bröckling 2007)? Sind Selbsttests also ein Ort, an dem der von Bröckling heraufbeschworene und ihm zufolge im-

- 1 Die Vortragsform wurde weitgehend beibehalten. Der Beitrag ist Teil eines Netzes von Einzelprojekten, welche die Engführung heute sehr dominanter kulturwissenschaftlicher Interpretationsweisen alltagskultureller Phänomene mittels einer selektiven Anwendung foucaultscher Deutungsangebote aufzeigt, kritisiert und über sie hinaus gehende Deutungen liefert; siehe meine entsprechenden Veröffentlichungen im Literaturverzeichnis.
- 2 Im Folgenden werden die genauen Links der Site www.mein-wahres-ich.de der Einfachheit halber nicht mehr durchgängig angegeben, wenn sie dort einfach auffindbar sind.
- 3 <https://www.mein-wahres-ich.de/wie-hoch-ist-dein-persoenlicher-marktwert.html>

mer stärker werdende Zwang zur Selbstoptimierung zum Ausdruck kommt? Der Titel des Selbsttests „Wie hoch ist Dein persönlicher Marktwert?“ lässt dies vermuten. Das Panel hatte es sich jedoch zur Aufgabe gestellt, zum zehnten Jahrestag von Bröcklings Publikation zu fragen, wie wir diese These weiterdenken können. Dafür soll im Folgenden ein Beispiel vorgelegt werden.

Selbsttests sind in den letzten Jahren eindeutig im Trend.⁴ Das Internet ist mit seiner Interaktivität technisch gesehen ein idealer Ort dafür. Zu den populärsten Selbsttests zählen etwa diejenigen, die vorgeben, die persönliche Lebenserwartung zu errechnen. Die thematische Breite von Selbsttests ist jedoch immens. Ein plakatives Beispiel sind etwa Tageszeitungen, auch und gerade ganz seriöse, die in ihren Web-Versionen in der letzten Zeit immer mehr Artikel mit interaktiven Applikationen garnieren, in denen die Lesenden anhand von Fragen ihr Wissen zum Thema eines Artikels testen können: Was wissen sie über Kamerun, den Brexit oder die Neuerungen des Arbeitsrechts?⁵ Mehr noch: Seit das Internet interaktiv geworden ist, können Menschen immer mehr körperliche, psychische, gesundheitliche und viele andere Zustände durch das Ausführen von Selbsttests überprüfen: Auf welche Art bin ich farbenblind? Bin ich bereits Alkoholiker? Welche Partei passt am besten zu meinen politischen Vorstellungen? Auch die freien Gentests jenseits einer ärztlichen Behandlung können als Selbsttests verstanden werden.⁶

Digitale Selbsttests haben natürlich eine analoge Vorgeschichte, etwa in populären Zeitschriften wie der „Bravo“ mit ihren – allgemein bekannten – psychologischen Selbsterkenntnis-Tests à la: „Was für ein Kuss-Typ bin ich?“ Mit Selbsttests konnte und kann darüber hinaus genauso die theoretische Führerscheinprüfung vorbereitet werden wie der Einbürgerungstest. Auch Horoskope könnten wir als Randbereich von Selbsttests betrachten.

Selbsttests sind aus allgemeinen Testverfahren entstanden, die ein typisches Phänomen der industrialisierten Moderne darstellen. Der IQ-Test wurde gegen Ende des 19. Jahrhunderts entwickelt, um begabte und weniger begabte Schüler effizient auf die richtigen Schulniveaus zu verteilen. Im frühen 20. Jahrhundert wurden von der Psychologie verschiedenste frühe Berufseignungstests entwickelt. Die damals Bekanntesten waren für Straßenbahnfahrer oder Telefonistinnen und testeten unter anderem das Reaktions- und Konzentrationsvermögen.⁷ Selbsttests können in einerseits Zustands- und Zuordnungstests (zum Beispiel „Welcher Simpsons-Typ bin ich?“) und andererseits Fähigkeits- oder Leistungstests (zum Beispiel „Wie viel weiß ich über

⁴ Krogerus/Tschäppeler 2014 ist in seiner halb ernst, halb ironisch gemeinten Überzeichnung ein Indiz hierfür. In der Folge hat der Verlag darauf hingearbeitet, dass ein als Bildband gedachtes Buch mit Fotos von Büroklammern, die in psychiatrischen Konsultationen verbogen wurden, als Selbsttest-Buch aufgezogen wurde (Gmür 2015; Wolff 2015).

⁵ Die Beispiele sind fiktiv, aber typisch. Insbesondere die Süddeutsche Zeitung zeichnet sich durch zahlreiche Online-Selbsttests aus.

⁶ Zur Abgrenzung siehe Wolff 2018a.

⁷ Z. B. Horn 2002; Lamberti 2006; Kaminski 2011; Gelhard 2012.

Homer Simpson?“) unterteilt werden. Für unsere Fragestellung interessieren uns hier besonders diese Fähigkeits- oder Leistungstests. Den Tests und Selbsttests verwandte alltagskulturelle Phänomene sind etwa Wettbewerbe (Tauschek 2011–13), Prüfungen (Kaminski 2011, Gelhard 2012), Quizzes, Checks, aber auch Messungen, Evaluationen und Selbstdokumentationstechniken vom Schreibkalender bis zum *Quantified Self*⁸. Selbst Ratgeber haben den Tests verwandte Eigenschaften. Selbsttests sind komplexe Phänomene, die sehr unterschiedlich interpretiert werden können. Sie sind von der einschlägigen Forschung (anders als beispielsweise Tests, Prüfungen oder Wettbewerbe) allerdings noch kaum untersucht worden. Soziologisch gesehen werden die oben genannten Verwandten von Selbsttests als Technologien des Selbst und damit als klassische Orte für moderne Subjektivierungsprozesse betrachtet. In der neueren Forschungsliteratur werden sie meist aus der Perspektive der Gouvernamentalitätstheorie als eines von vielen Mitteln zunehmender, von außen gesteuerter Selbstkontrolle des Menschen, also eine Form von Fremdführung interpretiert. Aus der Perspektive des *Unternehmerischen Selbst* beziehungsweise einer Ökonomisierung des Selbst wären damit vor allem leistungsbezogene Selbsttests Katalysatoren einer Wettbewerbs-, Ranking- oder Evaluationsgesellschaft, bei denen Menschen sich selbst oder anderen ihre gesellschaftliche Leistungs- oder Anpassungsfähigkeit unter Beweis stellen.⁹

Untersuchen wir also das herausgegriffene Beispiel unter der formulierten Fragestellung nach dem *Unternehmerischen Selbst*. Genau genommen hat die Selbsttest-Website *Mein-wahres-ich.de* gleich zwei solche Marktwert-Tests online geschaltet. Einen bereits im Oktober 2015 unter dem Titel „Wie hoch ist dein Marktwert?“¹⁰ (im Folgenden: Test 1), den anderen, bereits erwähnten, im Januar 2017 (im Folgenden: Test 2).

Der erste „Marktwert“-Test

Der Marktwert-Test 1 aus dem Jahr 2015 umfasst folgende zehn Fragen:

- Was denkst Du, wenn Du Dich im Spiegel siehst?
- Glaubst Du, dass sich Dein Selbstbild mit dem Bild, das andere von Dir haben, deckt?
- Wie würdest Du Deinen Kleidungsstil beschreiben?
- Wenn Du einen Raum betrittst, wie fallen zumeist die Reaktionen aus?
- Stehst Du oft im Mittelpunkt, ohne großartig etwas dafür zu tun?
- Würdest Du sagen, du weißt dich generell gut zu verkaufen?
- Kommst Du schnell mit fremden Menschen ins Gespräch?
- Wirst Du häufig nach Deiner Telefonnummer gefragt?
- Kannst Du Dich gut durchsetzen und gegen andere behaupten?
- Und würdest Du sagen, du kannst andere spielend um den Finger wickeln?

⁸ Siehe meine Auseinandersetzung damit in Wolff 2019a/b.

⁹ Als Beispiel für diese Perspektiven siehe z. B. Horn 2002; Lemke 2004; Schlünder 2005; Kaminski 2011; Zeh 2012; Frommeld 2013; Frischling 2016; teilweise Duttweiler 2016.

¹⁰ <https://www.mein-wahres-ich.de/wie-hoch-ist-dein-marktwert.html>.

Das heißt, es geht um Selbstbewusstsein, soziale Attraktivität, soziale Kompetitivität. Hier geht es also durchaus um das, was als *Unternehmerisches Selbst* bezeichnet wird. Nicht zuletzt mit der Frage, ob man sich gut *verkaufen* kann. Hat man die zehn Testfragen im Multiple-Choice-Verfahren beantwortet (die möglichen Antworten sprengen den Rahmen dieses Beitrags), wirft der Test das Ergebnis eines bestimmten Marktwerts aus. Jedem Marktwert folgen ein paar erklärende Sätze (siehe Fußnoten). Der höchste Marktwert ist eine ganze „Schatzkammer voll Juwelen“¹¹, darunter firmiert eine „Schatzkiste voll Juwelen“¹², noch darunter eine „Handvoll Juwelen“¹³. Im „schlechtesten“ Fall sind die Selbsttestenden „lediglich“ „ein Juwel“ wert¹⁴. Auch wenn es noch so poetisch formuliert ist, muss hier festgehalten werden: Als Ergebnis wird den Selbsttestenden ein jeweils unterschiedlicher materieller Wert zugespro-

- 11 Der Kommentar auf der Website dazu: „Du weißt definitiv, wie du dich gut verkaufen kannst. Deine Talente weißt du stets gewinnbringend einzusetzen und nimmst andere scheinbar mühelos für dich ein. Daher stehst du bei deinen Mitmenschen eben auch hoch im Kurs. Zwar bringt dir das sicherlich auch ein paar Neider ein, die Anzahl derjenigen, die dir mit Respekt begegnen, überwiegt jedoch eindeutig. Ein klein wenig solltest du jedoch aufpassen, dass du es mit deinem Selbstbewusstsein nicht übertreibst und deine Bescheidenheit nicht gänzlich verlierst – vor allem, wenn wir dir nun mitteilen, dass dein Marktwert einer Schatzkammer voller Juwelen entspricht. Ein wirklich hervorragendes Ergebnis, aber kein Grund abzuheben.“
- 12 Kommentar: „Du weißt, was du kannst und wie du dich und deine Talente gewinnbringend verkaufst. Du zeigst eben durchaus gerne, was du kannst und genießt die Aufmerksamkeit deiner Mitmenschen, wirkst dabei jedoch niemals angeberisch oder aufgesetzt. Vielmehr gelingt es dir aufgrund deiner natürlichen, charmanten Ausstrahlung scheinbar mühelos alle Blicke auf dich zu ziehen, ohne großartig etwas dafür zu tun. Du weißt eben, wie du dich geschickt in Szene setzt, ohne dass dein Auftritt irgendwie inszeniert oder gekünstelt wirkt. Und daher gönnt man dir die Aufmerksamkeit auch. Dein Marktwert entspricht daher einer Schatzkiste voller Juwelen.“
- 13 Kommentar: „Du verfügst zweifelsohne über Talente, die dir eigentlich einen hohen Marktwert beschern müssten. Allerdings übst du dich derart in vornehmer Zurückhaltung, dass diese Talente deinen Mitmenschen oftmals verborgen bleiben. Du lechzt eben nicht nach Anerkennung, du brauchst kein Lob. Es reicht, wenn du selbst weißt, was du kannst. Und so sympathisch dich diese bescheidene Einstellung auch macht, so sehr mindert sie leider deinen Marktwert. Woher sollen andere schließlich wissen, welche Talente wirklich in dir schlummern!? Hin und wieder, da solltest du also durchaus auch mal selbstbewusst zeigen, was du kannst. Dann würde dein Marktwert sicherlich ganz schnell in ungeahnte Höhen schießen. Derzeit liegt dein Marktwert jedoch lediglich bei einer Handvoll Juwelen. Und dabei wäre doch so viel mehr drin...“
- 14 Kommentar: „Du bist ein recht zurückhaltender Mensch und hältst dich eher dezent im Hintergrund, statt mit Pauken und Trompeten auf dich aufmerksam zu machen. Und natürlich ist dieses Understatement überaus sympathisch. Zumal du durchaus Grund hättest, in den Vordergrund zu preschen und deine zahlreichen Talente zu zeigen. Da du jedoch nicht nach Anerkennung lechzt und dementsprechend nicht viele Worte um dich und deine Talente machst, bleiben sie eben auch den meisten Menschen verborgen. Und daher liegt dein Marktwert leider ein wenig am Boden – und bei lediglich einem Juwel. Denn leider werden Zurückhaltung und Bescheidenheit in unserer Gesellschaft eben nicht immer gebührend belohnt. Hin und wieder, da solltest du daher vielleicht doch mal ein wenig mehr aus dir herausgehen – und deine vornehme, zweifelsohne sympathische, aber eben oftmals hinderliche Zurückhaltung ablegen. Du wirst sehen, dein Marktwert wird direkt in die Höhe schießen :).“

chen. Das ist dann aber auch schon fast alles an *Unternehmerischem Selbst*. An dieser Stelle scheinen die Testmacher nämlich bereits die *Notbremse* bei der Ökonomisierung des Sozialen gezogen zu haben.

Jedes Ergebnis wird so positiv wie möglich formuliert. Alle sich Testenden sind für sich wertvoll, mindestens einen Juwel wert. Ein Juwel zu sein bedeutet mehr als einen materiellen Wert. „Du bist ein Juwel“, ist eine Metapher im Sinne von „Du bist ein Schatz“. Und das meint auch sozial-moralische Qualitäten, die das Gegenteil unternehmerischer Kompetitivität und Marktlogik ausdrücken.

Der Text für diejenigen, die mit dem schlechtesten *Marktwert* abgeschlossen haben, ist voller Verständnis. Sie werden als „überaus sympathisch“ bezeichnet. Kritisiert wird die Gesellschaft, welche die Bescheidenheit „eben nicht immer gebührend belohnt“. Kein Druck, sich zu verbessern, wird ausgeübt. Allenfalls ein ganz vorsichtiges: „Hin und wieder, da solltest du daher vielleicht doch mal ein wenig mehr aus dir herausgehen (...).“ Als Zwang zur Selbstoptimierung kann man das nicht bezeichnen. Eher als das Gegenteil. Kein Vergleich, kein Wettbewerb mit dem anderen wird erwähnt. Und am anderen Ende: Die mit dem höchsten Marktwert werden gleichzeitig gelobt und gewarnt: „Ein klein wenig solltest du jedoch aufpassen, dass du es mit deinem Selbstbewusstsein nicht übertreibst und deine Bescheidenheit nicht gänzlich verlierst.“ Das heißt: Der Selbsttest, der zunächst mit voller Fahrt in Richtung *Unternehmerisches Selbst* gestartet ist, kehrt seine Richtung um. Als finale Moral des Tests scheint mir ein bieder-bürgerlicher Tugendkatalog der ausgleichenden Gerechtigkeit und der Mäßigung zum Vorbild gestanden zu haben. Die kulturelle Botschaft des Selbsttests ist eher die moralische Kontemplation als die unternehmerische Selbstoptimierung. Bestenfalls wird einer vorsichtigen Moralökonomie das Wort geredet.

Der zweite „Marktwert“-Test

Suchen wir also weiter nach dem *Unternehmerischen Selbst* im zweiten Selbsttest von 2017. Unter dem Titel „Wie hoch ist Dein persönlicher Marktwert“ umfasst dieser zehn Fragen. Er möchte das Alter, die Haarfarbe, die Häufigkeit des Sport-Treibens, den Schulabschluss, die Augenfarbe, die besonderen Fähigkeiten, die Zahl der bereits bereisten Länder, die Körpergröße, den gesundheitsbezogenen Ernährungsstil und schließlich die Selbst-Einschätzung des eigenen Marktwerts wissen. Anders als beim ersten Test erschließt sich daraus – mit Ausnahme der letzten Frage – kaum eine Logik des Zugangs zu einem wie immer gearteten Marktwert. Das gleiche gilt für die möglichen Antworten. Der Grund dafür wird klar, wenn das Ergebnis des Selbsttests erscheint. Dies ist nämlich immer das gleiche. Egal, welche Antworten man gewählt hat, wird unter dem Titel „Wen interessiert dein Marktwert?“ der folgende Text ausgeworfen:

„Jetzt mal ernsthaft – hast du etwa mit einer Zahl gerechnet? Da müssen wir dich leider enttäuschen, denn jeder einzelne von uns ist ein Unikat und somit unbezahlbar! Wir hoffen, dass du deinen eigenen Wert bei der letzten Frage mit ‚maximal‘ bewertet hast, denn das Wichtigste ist es, sich selbst zu lieben und sich genau so anzunehmen, wie man ist. Wen juckt es, ob

man den aktuellen Schönheitsstandards entspricht, in die Norm passt, die ideale Figur oder die perfekten Maße hat? Perfektion ist eine Illusion, denn Schönheit liegt im Auge des Betrachters und wahre Schönheit kommt sowieso von Innen! Also starte am besten von heute an in jeden Tag mit der Gewissheit, dass du von unschätzbarem Wert bist und es völlig irrelevant ist, was die breite Masse sagt – solange du dich selbst liebst, hast du gewonnen. Und wir sind uns ganz sicher, dass du zudem für irgendjemanden das aller Wertvollste auf der Welt bist ;-).“

Das bedeutet, der Selbsttest, bei dem wir am selbstverständlichsten eine Feier des *Unternehmerischen Selbst* erwarten konnten, verweigert sich der Ökonomisierung und der Marktlogik auf das Absoluteste! Er proklamiert stattdessen das Gegenteil: Die völlige anti-ökonomistische, ebenso bieder-moralisch harmonisierende Innerlichkeit, wie sie in der ersten Variante des Tests bereits angelegt ist.

Kommentare

Wechseln wir die Perspektive von der Produktions- zur Rezeptionsseite. Die Selbsttests können nämlich von den Nutzern entweder direkt auf der Website oder auf *facebook*¹⁵ kommentiert werden. Insgesamt lagen zum Abschluss der Erhebung auf der Website im September 2017 circa 70 beziehungsweise 28 Nutzerkommentare auf die beiden Tests vor.¹⁶ Internet-Userkommentare allgemein sind als Quelle nicht einfach zu analysieren. Sie sind in der Regel spontan formuliert und deshalb nicht immer klar bestimmten Ansichten zuzuordnen. Sie arbeiten auf dieser Seite oft mit Witz oder Ironie. Es kann deshalb nur ein allgemeiner Eindruck wiedergegeben werden. Die häufigste Form des Kommentars im ersten Test ist eine Bestätigung des persönlichen Testergebnisses, das ja zunächst eine einfache psychologische Charakterbeschreibung enthält und keinen unmittelbaren *Marktwert*. Ein Beispiel-Kommentar: „Man hat mich erkannt“. Diese Kommentare gehen fließend in eine Bestätigung der anti-ökonomistischen, moralischen Ausführungen des Tests über. Beispiel: „Stimmt schon weniger ist mehr.“ Eine überwältigende Mehrheit der Kommentierenden geht distanziert bis kritisch mit dem Gedanken des „Marktwertes“ einer Person um. In einem Kommentar ist dies etwa explizit formuliert: „ (...) wie hoch oder niedrig mein ‚Marktwert‘ ist, ist mir schnuppe.“ In einem anderen: „Ist eine Person aber nicht für einige Leute unbezahlbar?“ In vielen anderen wird der Gedanke eines materiellen Werts des Menschen ironisch gebrochen. Etwa mit einem „Zwinkeremoji“: „Bin teuer. ;-).“ Andere Ironisierungen dieser Art lauten: „Habs gewusst, dass ich teuer bin ;-).“; „5 Säcke voll Juwelen. Da würd ich einen ausgeben. Lach.“; „Ah ... ok ... aber eigentlich bin ich eh unbezahlbar.“ „Wo sind die fünf Säcke Diamanten??“; „Modeschmuck oder echte Juwelen?“; „Hoho, Altgoldpreis wäre ich also noch wert.“ Das ist keine explizite Kritik an dem ohnehin schon überaus vorsichtigen Umgang mit dem Thema

¹⁵ https://www.facebook.com/meinwahresich.de?hc_location=timeline.

¹⁶ Bei Manuskriptabschluss (März 2018) waren die Kommentare weder auf der Website noch auf *facebook* mehr online, die Website-Kommentare liegen jedoch gespeichert vor. Die Schreibweise des Originals wurde beibehalten.

Marktwert im Test. Aber es ist ein spielerisch-distanzierendes Herausgehen aus der Ersthaftigkeit im Umgang mit dem materiellen Wert von Menschen.

Der zweite Marktwert-Selbsttest macht diese Kritik an der Ökonomisierung des Menschen dann selbst spielerisch zum Programm und zum expliziten Test-Ergebnis. Entsprechend sind die Kommentare dort auch anders. Die meisten sind positiv und unterstützen die Botschaft. Lediglich ein Jugendlicher schreibt (offenbar ohne Ironie): „Was für ein Schwachsinn. Ich dachte, ich hätte jetzt einen vernünftigen Marktwert (...).“ Gerade die marktwert-kritische Aussage, dass jeder Mensch ein Unikat sei, wird in den Kommentaren jedoch mehrfach aufgegriffen und bestätigt. Auch jenseits der Ökonomisierung finden sich die klassischen Merkmale eines *Unternehmerischen Selbst* in den Kommentaren gerade NICHT.

- Erfolg und Leistung sind zweitrangig. Typischerweise wird die positive Bewertung auch des *schlechtesten* Ergebnisses dankbar aufgegriffen: Ein Beispiel: „Ich bin ein Juwel. Schön.“
- Es gibt praktisch keinen Wettbewerb und keine Leistungsvergleiche der Selbsttestenden untereinander.
- Die Kommentierenden schließen aus einem suboptimalen Ergebnis NICHT, dass sie sich verbessern, geschweige denn optimieren müssen. Beispielzitat: „Eine Handvoll Juwelen – fantastisch – mehr wäre viel zu schwer“.
- Typischerweise sagt ein Kommentar, dass das Ergebnis des Tests so, wie es ist, gut ist. Zitat: „So bin ich nunmal“.

Zusammenfassung und generalisierende Schlussfolgerungen

An einem sehr punktuellen Ort, an dem das Phänomen des *Unternehmerischen Selbst* im Sinne von Bröckling in voller Blüte hätte erwartet werden können, konnten bei genauerer Analyse allenfalls Ansätze davon gefunden werden, die sich schnell, deutlich und ausgiebig genau in das Gegenteil eines Trends zum *Unternehmerischen Selbst* verwandelten. Das Angebot eines Denkens in Kategorien des *Unternehmerischen Selbst* kippt im untersuchten Beispiel in eine klare anti-ökonomistische, nicht-kompetitive, leistungsskeptische und optimierungsfeindliche Moralität. Das Beispiel ist natürlich nicht repräsentativ für Selbsttests. Es ist als Extrembeispiel bewusst gewählt, um der fast absoluten Dominanz einer von Bröckling und vielen anderen Forschenden verfolgten Perspektive auf und Interpretationsweise von Subjektivierungsformen wie Tests, Prüfungen, Wettbewerbe bis zum heutigen *Quantified Self*, zu denen auch Selbsttests gehören, ein einzelnes, aber überdeutliches Gegenbeispiel entgegenzusetzen. Selbsttests sind zweifellos Orte der Subjektivierung und des Selbstmanagements. Sie sind damit aber sicherlich nicht einfach nur Orte, an denen der gouvernementale Zwang zu einer wie auch immer verstandenen Selbstoptimierung und zu einem *Unternehmerischen Selbst* ausgeübt wird. Sie sind nicht einfach nur Katalysatoren einer Wettbewerbs-, Ranking-, Konkurrenz- oder Leistungsgesellschaft (Wolff 2019a).

Dass Untersuchungen über das *Unternehmerische Selbst* in der Regel zu dem Ergebnis kommen, diese Subjektivierungsform würde sich in unserer Gesellschaft rasant ausbreiten, ist, vereinfacht formuliert, für mich Ausdruck eines im Grunde deduktiven Zugangs, der von der Existenz des postulierten Phänomens apriorisch ausgeht und entsprechende empirische Felder sucht, die diese These bestätigen oder sie so deutet, dass sie sie bestätigen. Sie sind für mich das Ergebnis einer systematischen Verengung des Blickwinkels auf das erwartete Ergebnis hin.

Christoph Bareither ermöglicht es in seinem parallelen Beitrag für dieses Panel, diese Verengung am Beispiel der *Affordanzen* akademischer sozialer Netzwerke plastisch nachvollziehbar zu machen. *Affordanzen* werden zunächst breit definiert als Möglichkeiten, Aufforderungen und Beschränkungen der Praxis¹⁷ durch digitale Angebote. Im nächsten Schritt findet dann eine Verengung auf den *Aufforderungscharakter* digitaler Technologien statt, welche die eigentliche Aufmerksamkeit der Forschung erhält. Während Bareither diese Perspektivierung bewusst reflektiert und neben der für ihn zentralen (und problematischen) Herstellung von wissenschaftlicher Sichtbarkeit und Aufmerksamkeit andere Affordanzen wie die Ermöglichung wissenschaftlichen Austauschs erwähnt, ist der Mainstream der entsprechenden Forschung eindimensional. In gängigen, in der Regel deduktiv angelegten Forschungen, sei es zum *Unternehmerischen Selbst* oder im Umfeld des Begriffes der *Selbstoptimierung*, wird die Deutung der Interaktion zwischen Menschen und subjektivierenden Technologien letztlich radikalisiert und reduziert auf die Fremdsteuerung und Fremdkontrolle des Menschen durch diese Technologien, auf Einschränkung ohne Ermöglichung, auf die Durchsetzung externer Interessen statt der eigenen, auf letztlichen Zwang statt eigenem Willen. Dass es eine Ermöglichung geben könnte, wird von den meisten Autoren gar nicht mehr angenommen. Nutzer/innen solcher Technologien erscheinen mit dieser Verengung – implizit, aber wirkmächtig – als eine Art willenlose Opfer.

Ein induktiver und von den Nutzer/innen ausgehender Ansatz eröffnet hingegen die Chance, die Grenzen eines Konzepts wie das des *Unternehmerischen Selbst* in der Praxis auszuloten und komplexere Bilder zu zeichnen. Sie nähern sich dem Thema nicht mit der Methode des *Zeigen, dass*, sondern mit dem *Fragen, ob und wie*. Ein der Hypothese gegenteiliges Ergebnis bleibt denkbar und wird durchgespielt. Im vorliegenden Fall konnte damit erkannt werden, dass Selbsttests nicht nur ein *Unternehmerisches Selbst* hervorbringen können, sondern auch das Gegenteil, eine anti-ökonomistische Moralisierung. Der Ansatz hat offensichtlich gemacht, dass es neben Fremdführungstendenzen auch entgegengesetzte, kreative Nutzungspotenziale sol-

17 „(...) technological artefacts or platforms privilege, open up or constrain particular actions and social practices“.

cher digitaler Techniken gibt. Ein ironischer Umgang¹⁸ mit dem Phänomen ist ein Beispiel hierfür, der spielerische Umgang ein anderer, die Umnutzung ein dritter.

Ein anderes Beispiel einer induktiven und an den handelnden Individuen orientierten Analyse des *Unternehmerischen Selbst* lieferte Laura Glauser (2016) anhand von Coaching-Angeboten für Studierende. Dabei findet sie dieses Phänomen partiell durchaus (Glauser 2016: 240). Ausgehend von der Annahme, dass Individuen die Diskurse der Makroebene „nicht einfach reproduzieren“, kommt sie aber zum Ergebnis, dass hier die Ökonomisierung des Sozialen nicht total und bruchlos stattfindet sowie auf alternative Werte wie Solidarität, auf Hinterfragungen und Widerstände treffe (Glauser 2016: 14–16, 68, 240, 246).

Auch für das untersuchte Phänomen des *Selbsttests* tun sich so, bezogen auf das Thema des hier dokumentierten Kongresses, neue Dimensionen des Verstehens auf. Es können andere kulturelle Ökonomien ablaufen als die des *Unternehmerischen Selbst*. Hierzu abschließend drei knappe Beispiele:

1. Anstatt Orte der Leistung und des Wettbewerbs zu sein, sind die untersuchten Selbsttests eher Orte, an dem kulturelle Werte ausgehandelt werden. Und Aushandeln ist auch ein Akt kulturellen Wirtschaftens.
2. Selbsttests sind für die Testenden Orte, an denen ein Gefühlsmanagement betrieben wird. Und Management ist ebenfalls ein Teil Begriff aus der Ökonomie.
3. Selbsttests dienen vor allem der Selbstverortung, der Selbstbestätigung und Selbstversicherung. Sie haben eher stabilisierende als dynamisierende Eigenschaften und Funktionen. Auch dies kann man im weitesten Sinn als eine Form von Ökonomie des Selbst bezeichnen.¹⁹ Wir könnten deshalb auch andersherum sagen: Natürlich sind wir alle Unternehmer unserer Selbst, nur dürfen wir dabei kein zur Karikatur reduziertes Bild des *Unternehmers* als monomanem Profitmaximierer eines Manchester-Kapitalismus anwenden. Die kulturwissenschaftliche Perspektive kann dabei helfen.

Literatur

- Bareither, Christoph (2018): Mehr Profil!? Digitale Affordanzen der akademischen Social Networking Sites *Academia.edu* und *Researchgate*. Erscheint in der vorliegenden Publikation.
- Bröckling, Ulrich (2007). Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M.
- Duttweiler, Stefanie u. a. (Hrsg.) (2016): Leben nach Zahlen. Self-Tracking als Optimierungsprojekt? Bielefeld.
- Frischling, Barbara (2016): Vertrau mir und bewege dich! Notizen zu Fitness-Tracking, Ordnungen und Misstrauen. In: Kuckuck. Notizen zur Alltagskultur 31, S. 12–17.

¹⁸ Wolff 2015: Ein weiterer ironischer Selbsttest der untersuchten Website vom Mai 2015 ist der „Kamelrechner“ mit dem Titel „Wie viele Kamele ist Dein Freund/Deine Freundin wert?“ <http://kamelrechner.mein-wahres-ich.de>.

¹⁹ Mehr hierzu in Wolff 2019a.

- Frommelt, Debora (2013): Eine Grammatik des richtigen Gewichts. Der Body-Mass-Index (BMI) als biopolitisches Instrument. In: Fangerau, Heiner/Polianski, Igor J. (Hrsg.): *Medizin im Spiegel ihrer Geschichte, Theorie und Ethik*. Stuttgart, S. 183–202.
- Gelhard, Andreas (2012): Das Dispositiv der Eignung. Elemente einer Geschichte der Prüfungstechniken. In: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 4, S. 44–60.
- Glauser, Laura (2016): *Das Projekt des unternehmerischen Selbst. Eine Feldforschung in der Coachingzone*. Bielefeld.
- Gmür, Mario (2015): *Büroklammern verbiegen*. Zürich.
- Horn, Eva (2002): Test und Theater. Zur Anthropologie der Eignung im 20. Jahrhundert. In: Bröckling, Ulrich/Dies. (Hrsg.): *Anthropologie der Arbeit*. Tübingen, S. 109–125.
- Kaminski, Andreas (2011): Prüfungen um 1900. Zur Genese einer Subjektivierungsform. In: *Historische Anthropologie* 19, S. 331–353.
- Krogerus, Mikael/Tschäppeler, Roman (2014): *Das Testbuch*. Zürich.
- Lamberti, Georg (Hrsg.) (2006): *Intelligenz auf dem Prüfstand. 100 Jahre Psychometrie*. Göttingen.
- Lemke, Thomas (2004): Test. In: Bröckling, Ulrich u.a. (Hrsg.): *Glossar der Gegenwart*. Frankfurt/M., S. 263–270.
- Lupton, Deborah/Jutel, Annemarie (2015): „It's like having a physician in your pocket!“ A critical analysis of self-diagnosis smartphone apps. In: *Social Science & Medicine* 133, S. 128–135.
- Passig, Katrin (2013): *Standardsituationen der Technologiekritik*. Berlin.
- Schlünder, Martina (2005): Die Herren der Regel/n? Gynäkologen und der Menstruationskalender als Regulierungsinstrument der weiblichen Natur. In: Borck, Cornelius u.a. (Hrsg.): *Maß und Eigensinn. Versuche im Anschluss an Georges Canguilhem*. München, S. 157–195.
- Tauschek, Markus (Hrsg.) (2011): *Wettbewerbe. Studentische Skizzen zur Praxis des Kompetitiven*. Kieler Blätter zur Volkskunde 43.
- Tauschek, Markus (2012): *Wettbewerbskulturen? Eine kulturanthropologische Problemskizze*. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 108, S. 177–197.
- Tauschek, Markus (Hrsg.) (2013): *Kulturen des Wettbewerbs. Formationen kompetitiver Logiken* (Kieler Studien zur Volkskunde und Kulturgeschichte, 10). Münster u.a.
- Wolff, Eberhard (2010): *Moderne Diätetik als präventive Selbsttechnologie: Zum Verhältnis von heteronomer und autonomer Selbstdisziplinierung zwischen Lebensreformbewegung und heutigem Gesundheitsboom*. In: Lengwiler, Martin/Madarasz, Jeannette (Hrsg.): *Das präventive Selbst. Eine Kulturgeschichte moderner Gesundheitspolitik*. Bielefeld, S. 169–201.
- Wolff, Eberhard (2015): *Über Psychoparadiologie und Büroklammern*. Schweizerische Ärztezeitung 96, S. 896.
- Wolff, Eberhard (2016): *Über das Optimieren*. In: Schweizerische Ärztezeitung 97, S. 1300.
- Wolff, Eberhard (2018): *Das „Quantified Self“ als historischer Prozess. Die Blutdruck-Selbstmessung seit dem frühen 20. Jahrhundert zwischen Fremdführung und Selbstverortung*. In: *Medizin, Gesellschaft und Geschichte* 36, S. 43–83.
- Wolff, Eberhard (2019a): *Selbsttests: Selbstverortung und Normaushandlung statt Selbstoptimierung an den Grenzen der Wettbewerbslichkeit*. In: Bürkert, Karin u.a. (Hrsg.): *Auf den Spuren der Konkurrenz. Kultur- und sozialwissenschaftliche Perspektiven* (Freiburger Studien zur Kultur-anthropologie 2). Münster u.a., S. 161–178.
- Wolff, Eberhard (2019b): *Bräker mit der GoPro oder: „Self-Tracking“ und „Quantified Self“ als kleine Autobiographik. Überlegungen zu einem Verständnis von digitaler Selbstdokumentation aus der Tradition der Selbstzeugnis-Forschung*. Erscheint in: Hengartner, Thomas/Büttner, Peter O. (Hrsg.): *Beiträge zur Europäischen Volkskunde, Sozialanthropologie und Literaturwissenschaft*. Festschrift für Alfred Messerli. Hannover.
- Zeh, Juli (2012): *Der vermessene Mann*. In: *Der Tagesanzeiger* (Zürich) vom 11. Juli 2012. <https://www.tagesanzeiger.ch/leben/gesellschaft/Der-vermessen-mann/story/14508375> (9/2017).



wirtschaften

KULTURWISSENSCHAFTLICHE PERSPEKTIVEN

Herausgegeben von
Karl Braun, Claus-Marco Dieterich,
Johannes Moser & Christian Schönholz



wirtschaften

KULTURWISSENSCHAFTLICHE PERSPEKTIVEN

Herausgegeben von
Karl Braun, Claus-Marco Dieterich,
Johannes Moser & Christian Schönholz



Förderverein der Marburger
kulturwissenschaftlichen Forschung
und Europäischen Ethnologie e.V.
www.makufee.de

Unter dem Titel „Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven“ fand 2017 in Marburg der 41. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde (dgv) auf Einladung des Instituts für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft der Philipps-Universität Marburg statt. Die vorliegende Publikation liefert eine umfassende Dokumentation der auf dem Kongress diskutierten Beiträge.

Impressum

Online-Schriften aus der Marburger kulturwissenschaftlichen Forschung
und Europäischen Ethnologie: Sonderband 1

Herausgegeben vom Institut für Europäische Ethnologie/Kulturwissenschaft
der Philipps-Universität Marburg und dem Förderverein der Marburger
kulturwissenschaftlichen Forschung und Europäischen Ethnologie e. V.

Karl Braun, Claus-Marco Dieterich, Johannes Moser, Christian Schönholz (Hg.):
Wirtschaften. Kulturwissenschaftliche Perspektiven. – Marburg:
Förderverein der Marburger kulturwissenschaftlichen Forschung und
Europäischen Ethnologie e. V., 2019.

Redaktion: Christian Schönholz, Claus-Marco Dieterich
Redaktionelle Mitarbeit: Karl Braun, Ina Merkel, Johannes Moser,
Manfred Seifert, Sabine Teryngel
Projektleitung: Claus-Marco Dieterich
Gestaltung, Satz & Layout: Satzzentrale GbR, Marburg

Verlag und Herausgeber distanzieren sich ausdrücklich von jeglichen Inhalten
der Internetseiten, auf die in diesem Online-Dokument verwiesen und verlinkt
wird. Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere
für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener
Informationen entstehen, übernehmen Verlag und Herausgeber keine Haftung.

Alle Rechte vorbehalten.

© MakuFEE e. V.

Förderverein der Marburger kulturwissenschaftlichen Forschung und
Europäischen Ethnologie, 2019.

Print-ISBN 978-3-00-062421-6

E-Book-ISBN 978-3-8185-0546-2

Inhalt

Vorwort	11
---------------	----

Plenarvorträge

Orvar Löfgren Mine or Ours? The Home as a Moral Economy	15
Thomas Widlok Anders teilen: Anders wirtschaften?	36
Gisela Welz Der Wert des kleinen Faches. Laudatio für Silke Göttisch-Elten	55
Silke Meyer <i>Remittances</i> und transnationales Kapital. Wirtschaften als Partizipations- und Differenzierungspraxis	64
Michael Opielka Sozial nachhaltig wirtschaften. Effizienz, Suffizienz, Differenz	81
Jakob Tanner Wirtschaften, Wertlogik und die „Religion des Kapitals“	91
Kerstin Poehls Über Zuckerhaushalte. Zugänge zu einer skalaren Ethnographie des Wirtschaftens	109
Irene Götz Leben und Wirtschaften im Alter. Wie Frauen im prekären Ruhestand über die Runden kommen	125
Klaus Schriewer Mr. Scott und die Anforderungen im neuen Kapitalismus. Spezialistenkultur als Leitbild des Neoliberalismus	143
Lars K. Christensen Museums in the age of technical reproduction	156
Manfred Seifert Zur Un-Ordnung der Kulturen des Wirtschaftens. Über die Ökonomie als Forschungsfeld	169

Sektion 1 | Sorgen und Umsorgen

Cornelia Kühn Die Gemeinwohl-Ökonomie zwischen utopischen Visionen und basisdemokratischen Entscheidungen	187
Martina Röthl Care-Arbeit: Logiken innerfamiliärer Tauschgeschäfte. Über informelle Arbeit und den Zugriff auf Ressourcen „endlicher Systeme“	196
Malte Völk Care-Arbeit als Mikroökonomie: im Spiegel privater Tagebücher	205

Sektion 2 | Ethisch konsumieren?

Lara Gruhn Ethik-Konsum. Empirische Annäherung auf drei analytischen Spuren	213
Konrad J. Kuhn Fairer Handel und Do-it-Yourself als Zukunftspraxen. Perspektiven auf Bedeutungen und Praktiken „alternativen Wirtschaftens“	223
Lars Winterberg Faire Beschaffung. Formationen alternativen Wirtschaftens ...	234

Sektion 3 | Vertrauen und Anvertrauen

Merve Lühr „Ohne dass da irgendwie Geld geflossen ist“. Individuelle und kollektive Organisation von Arbeit und Konsum in der DDR	245
Lukasz Nieradzik Schuldenmachen und Kreditieren. Finanzielle Praktiken Wiener Fleischer im 19. Jahrhundert.	254
Burkhard Pöttler „... wegen langwüridig trey geführter Haußwirtschaft sein einige Erbin ... seyn solle ...“. Strategien des Wirtschaftens und die Frage des (Ver-)Erbens	263

Sektion 4 | Absichern

Sarah Peuten Sicherheit – zu Funktionslogiken biopolitisch-gouvernementaler Ökonomisierung des Sterbens.	272
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Sektion 5 | Wissen einsetzen

Christine Hämmerling DialogerInnen als Mittler in Spendenbeziehungen zwischen NGOs und ihren Förderern	279
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Sektion 6 | Möglichkeiten ausloten

Ruth Baumgarten Handlungsspielräume von Frauen in der Frühen Neuzeit. Am Beispiel von Göttinger Eheberedungen des 16. und 17. Jahrhunderts	289
Laura Wehr „Man hat dann schnell erfahren, dass man auch Nutella bezahlen muss.“ Die Ausreise aus der DDR als familienbiographische und ökonomische Krisensituation	297
Wiebke Reinert Am Beispiel der Robbe. Wirtschaften mit Tieren in der Geschichte des Zoos	307

Sektion 7 | Formieren und Transformieren

Oliwia Murawska	Zur kulturellen Logik der Unternehmensnachfolge	316
Alexander Schwinghammer	Urban Food Ecopreneurs. Start-up Kultur als Ökonomisierungsagent der Lebensmittelproduktion im städtischen Raum	325
Uta Bretschneider	Pleite, Fehlschlag, Misserfolg. Narrationen des ökonomischen Scheiterns	332

Sektion 8 | Sich Raum verschaffen

Olga Reznikova und Moritz Ege	Moralische Ökonomien vs. ethische Politik? Arbeiter- und Mittelschichtsproteste in Moskau 2015/2016	343
--------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Sektion 9 | Werte inszenieren

Shirley Brückner	Miniaturen des Nützlichen. Oeconomische Kabinette im 17. und 18. Jahrhundert	355
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel A | Trans-/lokale Ökonomien

Ove Sutter	Gebastelte Versorgung – Improvisation und Bricolage als Handlungsmodus zivilgesellschaftlicher Flüchtlingshilfe	369
-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel B | Mit Gesundheit wirtschaften

Karl Braun	Einleitung	378
Felix Linzner	Der Einfluss Silvio Gesells auf die völkische Siedlungsbewegung am Beispiel Ernst Hunkels	379
John Khairi-Taraki	Der <i>Vortrupp</i> und die Popularisierung lebensreformerischen Wissens	387
Marta Leonora Frank	Ameisen-Staat und die Metapher vom besseren Menschen – August Forels ‚Sexuelle Frage‘	396
Marcus Richter	„Ernstlich materialistisch“ in einem anti-materialistischen Feld: <i>Thin-k/g-ing</i> „heilende Arbeit“ in der biologisch-dynamischen Landwirtschaft.	405

Panel C | Widerstand zwecklos?

Gertraud Koch und Marion Näser-Lather	Einleitung	415
Anna Henke	Widerständigkeit gegen Bankenmacht?! Zum Umgang mit digitalen Bezahl- und Kreditsystemen	421
Sebastian Topp	Design als Ausgangspunkt für widerständige urbane Transformationen? Stadtentwicklungspolitiken unter neoliberalen Vorzeichen . . .	428
Samantha Lutz	Open Knowledge als Gegenstrategie zur Ökonomisierung von Kulturerbe? Heritage-Politiken in der EU	435
Marion Näser-Lather	„Lasst uns ein Land für Frauen schaffen!“ Feministische Visionen eines Ausweges aus der Krise	442

Panel D | Die Ökonomisierung des Selbst

Markus Tauschek und Eberhard Wolff	Die Ökonomisierung des Selbst – einleitende Bemerkungen.	448
Christoph Bareither	Mehr Profil!? Digitale Affordanzen der akademischen Social Networking Sites <i>Academia.edu</i> und <i>Researchgate</i>	450
Sabine Eggmann	Unternehmen Laienchor – zur Ökonomisierung des Singens?	461
Eberhard Wolff	Kulturelle Ökonomien von Selbsttests. Eine Erkundung diesseits und jenseits des „Unternehmerischen Selbst“	469
Stefan Groth	Zwischen Ermöglichung und Begrenzung. Zur subjektiven Plausibilisierung des Mittelmaßes als normative Orientierung.	479

Panel E | Grenz – Wert – Kleidung

Ulrike Langbein	Wäschewirtschaft. Zur kulturellen Ökonomie des Darunter. . . .	488
------------------------	----------------------------------------------------------------	-----

Panel F | Stadt. Raum. Monopoly.

Simone Egger	Stadt. Raum. Monopoly. Das <i>gute Leben</i> und der Immobilienmarkt	501
Laura Gozzer	Zusammenschluss unter Druck. Genossenschaftliches Wirtschaften mit Wohnraum in München	506

Daniel Habit Gated Bukarest. Wohnraumentwicklungen und die Krise des Urbanen	514
--------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Ana Rogojanu Wohnprojekte in Wien. Kollektive und individuelle Konzepte des Wirtschaftens	521
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel H | Materialität und Ästhetik in der Geldwirtschaft

Thomas J. Heid und Jens Wietschorke Zur Kulturanthropologie der Finanzwirtschaft. Einführung in das Panel	528
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Thomas J. Heid „Vertrauen ist das wertvollste Asset von Banken“. Zu den Ästhetiken und Praktiken der Vertrauensarbeit in der Finanzberatung	533
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Jens Wietschorke Zwischen Solidität, Diskretion und Transparenz: Zur Architektursprache von Bankhäusern	545
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Stephanie Hering Finanzbauten im Kontext: Ortsspezifische Gesichter eines globalen Geschäfts.	554
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel I | Frauen im Rahmen der Transformation ländlicher Räume

Nigel Swain Introduction	563
-------------------------------------------	-----

Zsuzsanna Varga Bäuerliche Überlebensstrategien nach der Kollektivierung in Ungarn	568
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Elisabeth Meyer-Renschhausen Die Wiederkehr von Subsistenz- und Hausarbeit durch die Gartentür. Von der Individuellen Hauswirtschaft zum Gemeinschaftsgarten	575
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Maria Hetzer Gleichberechtigung im Alltag aushandeln: Erwartungen und Erfahrungen von Frauen im ländlichen Raum	582
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Leonore Scholze-Irrlitz Modernität und Beruf in der DDR: Die Frau in der Landwirtschaft	590
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel J | Arbeitskraft im neoliberalen Wohlfahrtsstaat

Nina Reggi ReProduktionsReserven. Ethnographische Einblicke in die politische Steuerung von beruflichen Wiedereinstiegen an der Schnittstelle von Care- und Erwerbsarbeit.	599
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Miriam Gutekunst Die Ökonomisierung der Migration durch Heirat. Ethno- graphische Einblicke in die staatliche Regulierung des ‚Ehegattennachzugs‘. . . .	612
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Panel K | Ressourcenmanagement in Handwerk und Kreativwirtschaft

Karin Bürkert Wo Kunst Stadt findet – Container als Ressource, Aufwendung und Argument. 622

Sarah May Handelsnetz Holz. Transformationsprozesse im Interessensfeld Holz und Handwerk. 634

Panel L | „Ländlichkeit“ als Ressource und Dispositiv

Claudia Ohlsen „Raus aufs Land!“ Konstruktion und Inwertsetzung von Ländlichkeit am Beispiel schleswig-holsteinischer Landevents 645

Anja Decker Von Schätzen im Garten, hybriden Produkten und ländlichen Möglichkeitsräumen. Inwertsetzung, Ausdeutungen und Entgrenzungen ruraler Wirtschaftspraxen in einer tschechischen Obstbrennerei 653

Manuel Trummer „... der Eigenart Bayerns gerecht werden.“ Ökonomie und Agenda ländlicher Bilder im BR Fernsehen 661

Panel S | Studentisches Panel

Leonie Herrmann „Ja gebt nur den Ausländern die Wohnungen.“ Wohnen im Fokus historischer Migrationsforschung am Beispiel Augsburger ArbeitsmigrantInnen (1960–1973). 674

Annika Geuß „Schrecke nicht das Wasser auf“. Das Lehrhafte und die Tabuwarnung als soziale Funktion der Sage am Beispiel lokaler Wassergeistsagen 683

Nicola Röhrer Milchbauern und -bäuerinnen in der Krise? Der Beginn einer ethnographischen Untersuchung oder: Was die Milchkrise nicht ist 692